

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap sikap dan niat untuk menggunakan teknologi layanan *mobile banking*, studi kasus pada nasabah Bank BCA di Kota Sumenep. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap sikap dan niat untuk menggunakan teknologi layanan *mobile banking*. Studi ini merupakan studi konfirmatori dengan melakukan beberapa uji hipotesis untuk menggambarkan hubungan kausal semua variabel. Populasi penelitian adalah nasabah Bank BCA Sumenep pengguna *electronic banking (e-banking)*, dimana salah satunya adalah *mobile banking*.

Analisis teknis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)* yang didukung dengan program AMOS versi 18. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan yang diteliti berpengaruh positif dan signifikan pada sikap dan niat nasabah untuk menggunakan teknologi layanan *mobile banking*. Sedangkan persepsi kegunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada sikap untuk menggunakan layanan *mobile banking*, hal ini juga terjadi pada variabel sikap yang berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada niat untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk memberi informasi ilmiah mengenai variabel-variabel yang diteliti baik persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan pada sikap dan niat untuk menggunakan teknologi layanan *mobile banking*. Hasil penelitian ini juga bisa digunakan oleh pihak perbankan sebagai pedoman untuk memahami perilaku konsumen.

Kata kunci : Persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, sikap, niat, layanan *mobile banking*.